

УДК 159.9

DOI: 10.18413/2313-8971-2020-6-2-1-0-10

Руденко Е.С.

Виртуальная коммуникация как психологический феномен

Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова,  
переулок Учебный 8, г. Симферополь, 295015, Россия  
ekaterina-kusova18@mail.ru

*Статья поступила 07 апреля 2020; принята 09 июня 2020;  
опубликована 30 июня 2020*

**Аннотация.** Интернет является проводником в виртуальный мир, где можно взаимодействовать, находить друзей, строить длительные и близкие межличностные взаимоотношения, делиться информационными источниками, реализовывать личностный потенциал и быть финансово успешным. Проблема взаимодействия личности в информационном пространстве все чаще анализируется в контексте виртуальной коммуникации как психологического феномена. Автором предлагается анализ с позиции социально-психологического подхода. Целью статьи является теоретический анализ виртуальной коммуникации как психологического феномена. В результате выделены возможности удовлетворения необходимых социальных потребностей, которые по какой-либо причине не могут быть удовлетворены личностью в реальной жизни. Приводятся отличительные признаки в способах и функциях коммуникации в виртуальном пространстве, которые между собой взаимосвязаны и выражаются на разном социальном, деловом и индивидуальном уровнях межличностного общения. Коммуникации в виртуальном пространстве могут иметь как позитивный, так и негативный характер влияния на личность, что делает актуальным вопрос о взаимодействии пользователей в Интернете. Характер влияния интернет-коммуникации зависит в большей степени от самого пользователя. В статье обосновано понятие виртуальной коммуникации как формы взаимодействия между людьми, которая оказывает весомое значение на экономическую, социокультурную, политическую сферы общества и является важным механизмом в их осуществлении. Проанализированы и выявлены причины пребывания пользователей в Интернете, обозначены его последствия.

**Ключевые слова:** виртуальная коммуникация; интернет-пространство; интернет-пользователи; коммуникация в реальном пространстве; социальные сети.

**Информация для цитирования:** Руденко Е.С. Виртуальная коммуникация как психологический феномен // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2020. Т.6. №2. С. 108-117. DOI: 10.18413/2313-8971-2020-6-2-0-10.

E.S. Rudenko

Virtual communication as a psychological phenomenon

Crimean Engineering and Pedagogical University Fevzi Yakubov,  
8, Educational Ln., Simferopol, 295015, Russia  
ekaterina-kusova18@mail.ru

*Received on April 07, 2020; accepted on 09 June, 2020;  
published on June 30, 2020*

**Abstract.** The Internet is a guide to the virtual world where you can interact, make friends, build long and close interpersonal relationships, share information sources, realize personal potential and be financially successful. The problem of personal interaction in the information space is increasingly being analyzed in the context of virtual communication as a psychological phenomenon. The author proposes an analysis from the perspective of a socio-psychological approach. The aim of the article is to provide a theoretical analysis of virtual communication as a psychological phenomenon. As a result, the possibilities of satisfying the necessary social needs, which for some reason cannot be satisfied by a person in real life, are highlighted. Distinctive features are given in the methods and functions of communication in a virtual space, which are interconnected and are expressed at different social, business and individual levels of interpersonal communication. Communications in the virtual space can have both positive and negative character of influence on the personality, which makes the issue of user interaction on the Internet relevant. The nature of the impact of Internet communication depends more on the user himself. The article substantiates the concept of virtual communication as a form of interaction between people, which has significant significance in the economic, sociocultural, and political spheres of society and is an important mechanism in their implementation. The reasons for users staying on the Internet are analyzed and identified, its consequences are indicated.

**Keywords:** virtual communication; Internet space; Internet users; real-time communication; social networks.

**Information for citation:** Rudenko E.S. (2020), "Virtual communication as a psychological phenomenon", Research Result. Pedagogy and Psychology of Education, 6 (2), 108-117, DOI: 10.18413/2313-8971-2020-6-2-0-10.

**Введение (Introduction).** В современном мире все больше детей и взрослых предпочитают виртуальное общение реальному в силу ряда причин: ограниченности времени, состояния здоровья, личностных особенностей, недостатка реального общения, возможности реализации качеств личности, проигрывание различных ролей и другие. По статистике в 2019 году в социальных сетях зарегистрировано 3,48 миллиарда пользователей. В тоже время, подмена реального общения виртуальным, увеличение количества коммуникативных актов в виртуальном пространстве может привести к перегрузке информацией, снижению ее значимости, личностному стрессу, депрессии, снижению жизнеспособности, что отрицательно влияет на физическое и психическое состояние личности, в целом.

Проблема заключается в том, что виртуальная коммуникация содержит не только позитивные, но и негативные психологические последствия: могут возникать трудности в самоидентификации, привыкание ко

лжи, безответственности, искажении информации, употребление специфической лексики.

Глубокое изучение виртуальной коммуникации, как психологического феномена будет способствовать пониманию особенностей современной проблемы пребывания общества в интернет-пространстве и его последствия.

**Основная часть (Main Part).** Целью статьи является теоретический анализ виртуальной коммуникации как психологического феномена.

**Теоретическая основа (The theoretical basis).** В научной литературе наиболее ранним и распространенным является определение феномена виртуальной коммуникации с точки зрения *технологического подхода*. В этом случае акцент делается на активно развивающихся современных технологиях, скорости передачи информации и удобстве пользователей (А.В. Назарчук, Л.В. Баева, А.А. Бодалева). Но, несмотря на распространенность данного подхода,

он не может удовлетворить потребности личности в общении, в построении взаимоотношений, а также, в рекреации и самовыражении.

В философии «виртуальная коммуникация» – это форма общения между людьми, которая осуществляется при помощи информационных технологий. Интернет-пространство не только объединило людей в информационную единую мультимедийную систему, но и изменило природу их взаимодействия, связи и общения. Популярность и распространённость данного вида общения заключается в удобном обмене информацией между пользователями, в познании материального и духовного миров, в возможности познания другой культуры и языка, находясь за компьютером дома, в увеличении круга знакомств и расширении личностных предпочтений, путём виртуальной коммуникации (Назарчук, 2008: 61-75).

В рамках философского направления отметим *семиотический подход* к исследованию коммуникации (Б.В. Григорьев, В.К. Финн). Авторы данного направления рассматривают виртуальную коммуникацию, как взаимодействие, с помощью языков, кодов, знаков и знаковых систем, благодаря которым возникает понимание и рождение новых значений.

В работах отечественных философов (В.П. Щербакова, О.С. Борисова, Е.Г. Соколова) отмечается положительное воздействие информационного пространства на раскрытие человеческого потенциала. Привлекательность виртуальных сообществ и интернет-коммуникаций заключается в возможности лучшего понимания себя и своих интересов, путем поиска тех групп, которые будут близки пользователю. Потребность пользователя включиться в виртуальный контакт с другими стала фактически атрибутивной. Выражается данная особенность в постоянном пребывании людей разного возраста в Интернете, длительных коммуникациях на игровых источниках, ведении личных страничек. Таким образом, виртуальная коммуникация из удобного дистанционного способа передачи информации способна пе-

рерасти в постоянное желание находиться в непрерывном информационном потоке и взаимодействии, что способно перерасти в некую зависимость, которая будет оказывать деструктивное влияние на личность.

Л.В. Баева в своих работах, рассматривает виртуальную коммуникацию не только как средство связи для пользователей, но и как самостоятельный феномен, обладающий собственной ценностью и воздействием, порождающее повышенное внимание и интерес к себе, к своим мыслям и чувствам, которые сразу становятся доступной информацией и для других пользователей. Таким образом, появляется возможность привлечь к себе внимание, при этом оставаясь по-прежнему скрытым и удовлетворяя потребность в востребованности и взаимодействии (Баева, 2014: 5-9).

Иностранные философы также внесли свой вклад в изучение виртуальной коммуникации как психологического феномена и подчеркнули ценность информационного взаимодействия, которая способствовала расширению важных областей человеческого бытия. По мнению американского философа Ч. Морриса, интернет-коммуникация включает в себя четыре категории (Morris, 1996: 42):

1) коммуникация «один на один», когда взаимодействие в сети Интернет осуществляется между двумя участниками. Такой подход несет в себе индивидуальный стиль общения, что способствует увеличению доверия и самораскрытия в процессе взаимодействия;

2) коммуникация «многих с многими», такое общение осуществляется между многочисленными участниками, которые взаимосвязаны между собой определенной, как правило, рабочей задачей (сводки, рассылки какой-либо информации, где требуется согласие на распространение или пароль, для того, чтобы войти в программу, в которой сообщения касаются определенных тем). Данное взаимодействие не способствует установлению близкого и доверительного контакта между участниками;

3) коммуникация «один на один» и «один с несколькими», где главным объектом коммуникации выступает один человек с какой-либо контрактной темой, а другие участники являются субъектами, которые подключаются к данному взаимодействию (например, чаты; ролевые игры);

4) коммуникация «один и один» или «многие и один». Данная коммуникация происходит за счет поиска какой-либо информации с целью ее получения (гороскопы, погода, новости).

Немецкий философ К. Ясперс отмечал, что коммуникация для человека является необходимым компонентом его существования, а виртуальная коммуникация способствует улучшению данного существования. По мнению ученого, виртуальное общение способствует ценностному восприятию другого человека и направлено на положительное изменение структуры социума за счет воздействия технологий на коммуникацию (Jaspers, 1960: 231-232).

Ю. Хабермас рассматривает интернет-коммуникацию как социальное действие, которое способно объединить прошлое, настоящее и будущее. С помощью информационных технологий пользователь имеет возможность погрузиться не только в пространство прошедших лет и исследовать историю того времени, но, а также изучить будущие возможности вопроса существования (Хабермас, 2000: 198-199).

В социологических исследованиях понятие «коммуникация» применяется для определения как средств связи любых объектов материального и духовного мира, так и процесса передачи информации от человека к человеку с целью влияния на общественные процессы (Чистяков, 2009: 64-78).

Виртуальная коммуникация, согласно А.И. Каптерову, приближает к определенному «культурному серфингу», соответствующему соприкосновению в процессе коммуникации ценностно-нормативных особенностей различных культур. Результатом данного столкновения (соприкосновения) становится выработка универсальных способов и стилей психологического взаи-

модействия. Самореферентность интернет-пространства дает возможность пользователям, не находясь территориально рядом, участвовать в различных коммуникативных процессах и удовлетворять потребность в общении. По мнению А.И. Каптерова, виртуальность более масштабна и едина, чем реальное пространство, которое фрагментарно и разделено на время и пространственную среду, что позволяет пользователям получать информацию и обмениваться ею в неограниченных объемах (Каптеров, 2004: 257-263).

М. Кастельс считает, что распространение Интернета, мобильной связи, цифровых медиа, инициирует становление горизонтальных сетей интерактивной коммуникации, которые осуществляют мультимедальный обмен сообщениями, как в синхронном, так и в асинхронном режимах. В основе технических возможностей, их пользователи создают собственные системы массовой виртуальной коммуникации, которая выражена в цифровой форме (Кастельс, 2010: 78-82).

Наиболее значительным явлением, вызванным интернет-пространством, является виртуальная коммуникация, подчеркивает социолог Г. Рейнгольд. По его мнению, виртуальная коммуникация – это социальное объединение в Сети, при котором группа людей поддерживает достаточно длительное обсуждение, для формирования личных взаимоотношений (Rheingold, 1994). Интернет-пространство дает возможность быть активным в конструировании собственных взаимосвязей с другими пользователями, тем самым, создавая сообщества по общим взглядам и интересам. Данные сообщества оказывают положительное влияние на личность, что способствует стимулированию и развитию ее коммуникативных и познавательных способностей (Greenfield, 1999: 127-137).

Чистяков А.В. выделяет специфические черты, позволяющие разделять виртуальную и реальную коммуникации. Ученый отмечает, что в виртуальном пространстве искажается структура взаимодействия, объ-

ясняя это тем, что у пользователей есть возможность создавать многочисленные контакты в сети Интернет, большинство из которых стало носить поверхностный характер. Данное утверждение возникло, благодаря ориентире пользователей, который направлен на себя, а не на другого человека, как это происходит при реальном взаимодействии. В связи с этим, каждый концентрирует свое внимание на собственных потребностях и переживаниях, а самопрезентация носит лишь ситуационный характер (Чистяков, 2009: 64-78).

В то время как реальная коммуникация содержит свои специфические черты: она характеризуется анонимностью, что, в свою очередь, дает возможность чувствовать себя в большей безопасности, чем при взаимодействии в виртуальном пространстве; получение информации достигается преимущественно с помощью визуального контакта, чем обусловлено возникновение доверительного отношения к партнеру; существует вероятность осознанного принятия имеющихся норм и правил, которые необходимы при данном взаимодействии, т.к. коммуникация между партнерами происходит в реальном пространстве и есть возможность наблюдать за вербальными и невербальными проявлениями друг друга.

Американский психолог Чарльз Тарт рассматривал виртуальную коммуникацию как прототип реальному взаимодействию, который имеет ряд особенностей (Tart, 1986: 218-224):

- анонимность при общении, которая способствует личностной самопрезентации, тем самым предоставляя возможность эффективно представить свой образ в сети и при этом быть более раскрепощенным;

- самоконструирование партнера в коммуникативном пространстве. Данная особенность позволяет личности самостоятельно достроить образ собеседника в своем воображении при недостатке какой-либо о нём информации;

- возможность эмоционального насыщения в сети Интернет. Эмоции в виртуальном взаимодействии играют важную

роль. Их возникновению способствует не обмен информацией, а принятое решение на основе возникшей связи между коммуникаторами, таким образом, текст приобретает более насыщенный и привлекательный характер, а взаимодействие несет в себе реализацию эмоционального компонента личности;

- общение в интернет-пространстве носит более упрощенный характер. Об этом свидетельствует уход от знаков препинания, от заглавных букв, использование многочисленных сокращений, что облегчает процесс взаимодействия. Психолог отмечает, что данный стиль является не только специфической особенностью при взаимодействии, но и влияет на речевое поведение между коммуникаторами. Кимберли Янг также отмечал привлекательные характеристики при виртуальном общении, благодаря которым интернет-пространство приобретает популярность и рост численности пользователей. Профессор психологии, подчеркивает простоту использования, безопасность и доступность сети Интернет, которая способствует взаимодействию и также реализует определенные потребности (Young, 1998: 237-244);

- за счёт принадлежности к определенной социальной группе, человек ощущает поддержку, возникает чувство нужности, которое при реальном взаимодействии достигнуть достаточно сложно;

- благодаря просмотру фото и видео порнографического характера, а также взаимодействию на данную тематику, удовлетворяется сексуальная потребность пользователей;

- получить признание теперь можно с помощью создания виртуального имиджа: соответствующий профиль, привлекательная информация о себе, несколько интересных фото, статусов и страничка в сети приобретает соблазнительный характер.

Проектируя профиль, пользователь, в первую очередь, анализирует самого себя, отвечая на поставленные вопросы в социальной сети, это определенный процесс взаимодействия с самим собой, путем которого



личность познает собственное «Я». При этом субъект может быть искренним или представить себя в более желаемом и идеальном образе, что наиболее свойственно для пространств Интернета.

Таким образом, подчеркивает К. Янг, коммуникация в сети Интернет имеет значительные преимущества и является благоприятной средой для взаимодействия, т.к. дает возможность раскрыть потенциал личности, не прилагая к этому больших психологических и энергетических усилий.

Однако стоит учитывать, что преобладание такого способа удовлетворения потребностей, может привести к формированию у пользователей стратегической особенности «ухода от реальности», что может оказать деструктивное влияние на личность коммуникатора в реальном пространстве.

Изучением виртуальной коммуникации в отечественной психологии также занимались такие авторы, такие как И.В. Михалец, Е.П. Белинская, Ю.Д. Бабаева, А.Е. Войскунский, А.И. Лучинкина, И.С. Лучинкина, Т.В. Карабин и другие.

Так, И.В. Михалец в своих исследованиях, рассматривает «виртуальную коммуникацию» как реальность, которая создана с помощью цифровых технологий, создающую мир иллюзий и имитацию действительности. Интернет-пространство, в отличие от реального взаимодействия, по мнению автора, имеет ряд преимуществ, таких как: регулярность создания новых знакомств до бесконечности, отсутствие потребности ухаживать за своей внешностью, беспокойство по поводу того, какое впечатление ты производишь на другого человека, что объясняет рост популярности и востребованности посещения виртуального пространства (Михалец, 2016: 23-25).

В своих исследованиях Е.П. Белинская рассматривает интернет-коммуникацию как создание неограниченного количества вариантов собственного «Я», которое свидетельствует о поиске сетевой идентичности и возможности «игр» с эмоциональными состояниями. Автор отмечает, что интернет-коммуникации стали частью большинства

видов профессиональной деятельности личности, которые формируют новые самоорганизационные требования к человеку и дают возможность для геймификации. Интернет-общение оказывает весомое влияние на мышление и мировоззрение личности, предоставляя широкий доступ к нормам и ценностям пользователей и транслируя модели социального поведения (Белинская, 2013: 81-119).

Бабаева Ю.Д. и Войскунский А.Е. рассматривают виртуальную коммуникацию как альтернативу реальному общению. В таком случае, пользователь виртуальной коммуникации имеет возможность не только скрывать свои чувства за знаковыми формами сообщений, а также симулировать их, что дает данным формам коммуникации большую востребованность (Бабаева, Войскунский, 2010: 410-439).

Лучинкина А.И. отмечает, что анализ исследований по проблеме различия виртуальной коммуникации от коммуникации в реальной среде позволяет выделить следующие характеристики: полифоничность, поликультурность; гипертекстовые и интерактивные возможности сети; анонимность и дистанцированность; заместительный характер общения (Лучинкина, 2012: 200).

Лучинкина И.С. рассматривает «коммуникацию» как совокупность и реализацию определенных норм отдельной личности или группы личностей в процессе взаимодействия, а также, содержит в себе понимание новостного контента, что оказывает воздействие на коммуникативное поведение интернет-пользователей, в том числе на их восприятие и разделение данной информации (Лучинкина, 2019: 20-24).

Карабин Т.В. в своих работах выделяет следующие преимущества интернет-коммуникации (Карабин, 2009: 234):

- отсутствие барьеров в высказывании мнений любого характера, поскольку коммуникатор является недоступным для какого-либо наказания;
- освобождение от агрессии и негативных эмоций, путём резких высказываний;

- возможность быть максимально откровенным при взаимодействии;
- удовольствие от обсуждения человеком тех аспектов личности или своей деятельности, которые при реальном взаимодействии проговаривать сложно;
- возможность изменения личности и обезличивания «Я – концепции», путём создания страниц с несуществующей информацией в реальной среде;

В этом случае Интернет способен заменить личности реальное пространство, осуществляя возможности взаимодействия любого характера. Автор подчеркивает, что коммуникатор взаимодействует с виртуальными объектами, как с живыми людьми, наделяет их свойствами реальных личностей. Отсутствие визуального контакта с коммуникатором приводит к искаженному восприятию информации. В результате чего, личность оказывается окруженной виртуальными образами, которые являются собственной проекцией чувств и мыслей. Данное взаимодействие является привлекательным, поскольку такими личностями можно манипулировать, создавать свой сценарий взаимодействия и прерывать контакт, сразу после возникновения данного желания. Виртуальная коммуникация создает условия психологической уязвимости личности, то есть предоставляется возможность не отвечать на неудобные вопросы, выходить из контента, фантазировать, предоставляя информацию за реальную, а также, создавая в целом личность, которой коммуникатор не является в реальности.

Следовательно, исходя из представленных выше мнений, Интернет, с одной стороны, является востребованным и доступным информационным источником, который может иметь терапевтическую функцию, обуславливая качественные изменения в «Я – концепции» и поведении информационно-ориентированной личности. С другой стороны, он может препятствовать или затруднять функционирование поведения и ее систему личностных отношений к окружающей среде и самой себе.

**Научные результаты и дискуссия (Research Results and Discussion).** Условия недоступности визуального контакта расширяют возможности эмоционального реагирования. По этой причине выбор письменных форм общения, преследует цель отрыва реального переживания от транслируемого партнеру эмоционального отклика. Данная стратегия эмоционального поведения актуализирует поиск различных способов выражения эмоций, отвечающих цели и задачам общения.

Виртуальная коммуникация предоставляет возможность удовлетворить желание в общении, в независимости от территориальной удаленности пользователей, их физического и эмоционального положения, а также, общаться более безопасно, снижая психологические риски коммуникации (например, страх быть отвергнутым). При сбалансировании форм общения (реальной и виртуальной) коммуникатор получает возможность увеличить личный круг общения и сохранить эмоциональный компонент социального взаимодействия.

Таким образом, виртуальная коммуникация характеризуется удаленностью и высоким уровнем проницаемости, где любой желающий может стать ее участником независимо от страны его пребывания.

Участниками виртуальной коммуникации являются отправитель и получатель, которые максимально экономят свое время на сообщениях (например, сокращения «ок», «спс», «hi»), используя сокращенные слова и эмотикон. Последний включает различные графические объекты, «смайлики», заменяющие эмоции и, тем самым, формируя сходство с реальным человеческим общением. Таким образом, виртуальные коммуникаторы, имеют возможность: обмениваться информацией в любом комфортном местонахождении, не обращать внимания на орфографические ошибки или некорректные предложения, неофициальный стиль и приближать свою письменную коммуникацию к подобию устного общения.

Интернет-коммуникация постоянно увеличивает уровень одновременности об-

щения, эмоциональности, и притягивает формально письменное пространство интернет-коммуникации к устной форме наличия языка. Исследуемый процесс характеризуется как «морализация общения», выражающийся в увеличении роли устного общения в системе коммуникации. Из этого следует создание понятия «устная письменная речь», с помощью которой в научной литературе рассматривают процесс интернет-общения.

**Заключение (Conclusions).** В данной статье мы определяем виртуальную коммуникацию, как форму взаимодействия между людьми, которая способствует удовлетворению различных потребностей в интернет-пространстве.

Интернет предлагает следующие способы виртуального общения: смс-сообщения, электронная почта, форумы, блоги, чаты, сетевые игры, различные конференции и другие информационные манипуляции, которые выражаются в цифровой форме.

Виртуальная коммуникация оказывает весомое значение на экономическую, политическую, общественную и социокультурную сферы общества. Наряду с этим, выделяют ряд функций виртуальной коммуникации:

1. Коммуникативная функция, позволяет взаимодействовать пользователям на больших расстояниях, в независимости от возраста, национальности, сходства взглядов и их интересов.

2. Репрезентативная функция, отражается в потребности выражения своего мнения, позиции и других личностных особенностей, которая проявляется в создании личных аккаунтов, ведении дневника, рассказах о себе и размещении личных фотографий.

3. Информационная функция, с помощью которой осуществляется информационный обмен между пользователями

4. Аффективная функция, оказывает влияние на эмоциональные состояния и чувства коммуникаторов.

Стоит подчеркнуть, что каждая предыдущая функция виртуальной коммуникации входит в состав любой последующей и занимает соответственное место в иерархии функций. Таким образом, все функции виртуальной коммуникации происходят через компьютерные технологии, а не личностно. А функции реальной коммуникации устанавливаются в соответствии с содержанием процесса коммуникации. При изучении функционального аспекта коммуникации важно помнить, что все рассмотренные функции взаимосвязаны между собой и выражаются на разных уровнях межличностного общения, таких как: социально-ролевом, деловом и индивидуальном.

Таким образом, психологический анализ феномена виртуальной коммуникации показал:

1. С помощью виртуальной коммуникации удовлетворяются не только потребности в хранении и передаче информации, в быстром и удобном ее использовании, а также и основные личностные потребности – в построении отношений, развитии коммуникативных навыков, творческой и профессиональной идентичности).

2. Особенности виртуальной коммуникации имеют отличительные признаки реального пространства, которые заключаются в форме передачи информации и в функциях, осуществляющихся в цифровых технологиях.

3. Виртуальная коммуникация оказывает существенное влияние на мышление и мировоззрение личности интернет-пространства. Данные изменения носят, как положительный характер (возможность путешествовать, приобретение новых знаний о различных культурах и их особенностях, преодоление языковых барьеров), так и деструктивный (безразличие к своему внешнему виду, перегрузка информацией и снижение ее значимости, предоставление ложных о себе сведений, развитие личностной депрессии, отсутствие потребности в живом общении).



### Список литературы

Бодалев А.А. Психология общения: энцикл. словарь. М.: Книга 2011, С. 486-893.

Баева Л.В. Виртуальная коммуникация: классификация и специфика // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Философия. Психология. Педагогика. 2014. № 4. С. 5-9.

Баева Л.В. Электронная культура: опыт философского анализа // Вопросы философии. 2013. № 5. С. 75-83.

Бабаева Ю.Д. Вестник Московского университета // Психология 1989. № 3. С. 31-35.

Борисов О.С. Когнитивные процессы в социокультурном измерении // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. 2012. № 3 (124). С. 83-88.

Белинская Е.П. Человек в информационном мире / Социальная психология в современном мире. М.: Аспект Пресс, 2002. С. 203-220.

Белинская Е.П. Психология интернет-коммуникаций. М.: Свое издательство. 2013. С. 81-119.

Войскунский А.Е. Психология и Интернет. М.: Акрополь. 2010. С. 410-439.

Каптерев А.И. Информатизация социокультурного пространства М.: ФАИР Пресс. 2004. С. 257-263.

КастельсМ. Информационный век: экономика, общество и культура // Том I: Восстание сетевого общества. 2010. С. 78-82.

Карабин, Т.В. Особенности межличностного общения в сети «Internet». М.: Гардарики. 2009. 234 с.

Лучинкина А.И. Психология человека в интернете. К.: ООО «Информационные системы». 2012. 200 с.

Лучинкина И.С. Психологические особенности коммуникативного поведения личности в интернет-пространстве: автореф. дис. канд. психол. наук: Ростов-на-Дону: ЮФУ. 2019.С. 20-24.

Михалец И.В. Виртуальное общение как новый вид общения в современном мире // Психология в России и за рубежом. СПб.: Свое издательство. 2016. С. 23-25.

Назарчук А.В. Сетевое общество и его философское осмысление // Вопросы философии. 2008. №7. С. 61-75.

Сергеева Ю. Вся статистика интернета в мире и в России, 2019 г. URL: <https://www.webcanape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 24.03.2020).

Соколова Е.Г. Солонина Ю.Н., Искусство в системе культуры // Введение в культурологию: Курс лекций / СПб.: Питер. 2003. С. 63-67.

Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб.: 2000. С. 198-199.

Чистяков А.В. Социализация личности в обществе Интернет-коммуникаций // Высшее образование. 2009. С. 64-78.

Щербakov В.П. Социокультурные механизмы становления человека. СПб.: Издательство Петербургского университета. 2007. С. 112-118.

Beck, A.T., Mock, J. (1961), An inventory for measuring depression. Archives of General Psychiatry. 4 (6). 561-571.

Greenfield D.N. (1999), Virtual Addiction: Help fo Netheads, Cyberfreaks, and Those Who Love Them. Oakland: New Harbinger Publ. 127-137.

Gackenbach, G. (2007), Psychology and the Internet: Intrapersonal, Interpersonal, and Transpersonal Implications. Cambridge, San Diego et al.: Academic Press. 392.

Harris, R.A (2013), Cognitive psychology of mass communication. Hoboken: Taylor and Francis. 561.

Jaspers K. (1960), Psychologie der Weltanschauungen Berlin; Gottingen; Heidelberg; Springer Verlag, 5. August, 231-232.

Morris Ch., Ogan S. (1996). The Internet as mass medium. Journal of Communication, 1, 42.

Rheingold H. (1994), The Virtual Community. New York: Perennial.

Tart, C.T. (1986), Waking up: Overcoming the obstacles to human potential. Boston: Shambhala Publications, 218-224.

Young K.S. (1998), Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. Cyber Psychology and Behavior. 3, 237-244.

### References

Bodalev, A.A. (2011), *Psikhologiya obshcheniya: entsikl. slovar'* [Psychology of communication: encyclopaedic dictionary], Moscow, Book, 486-893. Russia.

Baeva, L.V. (2014), "Virtual communication: classification and specificity", *Izvestiya of Saratov University. New series. The Series of Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 4, 5-9. (In Russian).

Baeva, L.V. (2013), "Electronic culture: experience of philosophical analysis", *Question of philosophy*, 5September, 75-83. (In Russian).

Babayeva, Yu.D. (1989), "Bulletin of Moscow University". *Psychology*, 3, 31-35. (In Russian).

Borisov O.S. (2012), "Cognitive processes in the sociocultural dimension". *Scientific notes of Petrozavodsk State University*, 3 (124), 83-88. (In Russian).

Belinskaya, E.P. (2002), *Chelovek v informatsionnom mire. Sotsial'naya psikhologiya v sovremennom mire* [Man in the information world. Social psychology in the modern world], Moscow, Aspect Press, 203-220. Russia.

Belinskaya, E.P. (2013), *Psikhologiya internet-kommunikatsiy* [Psychology of Internet communications], Moscow, Svoie Publishing House. 81-119. Russia.

Voiskunsky, A.E. (2010), *Psikhologiyai Internet* [Psychology and the Internet], Moscow, Acropolis. 439. Russia.

Kapterev, A.I. (2004), *Informatizatsiyasotsiokul'turnogoprostranstva* [Informatization of socio-cultural space], Moscow, Press, 257-263. Russia.

Castels Manuel (2010), "Information age: economy, society and culture", *Tom I: Vosstaniye setevog oobshchestva*, Moscow, 78-82. (In Russian).

Karabin, T.V. (2009), *Osobennosti mezhlchnostnogo obshcheniya v seti «Internet»* [Features of interpersonal communication in the Internet], Moscow, Gardariki, 234. Russia.

Luchinkina, A.I. (2012), *Psikhologiya cheloveka v internete* [Human Psychology on the Internet], Information systems, 200. Russia.

Luchinkina, I.S. (2019), Psychological features of a person's communicative behavior in the Internet space, abstract of Ph.D. dissertation, South Federal University, Rostov-on-don, Russia.

Mikhalets, I.V. (2016), "Virtual communication as a new type of communication in the modern world", *Psychology in Russia and abroad*, Saint Petersburg, Its publishing house, 23-25. (In Russian).

Nazarchuk, A.V. (2008), "Network society and its philosophical understanding", *Question of philosophy*, 7, 61-75. (In Russian).

Sergeeva Yu. (2019), All Internet statistics in the world and in Russia URL: <https://www.webcanape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/> (Accessed 24 March 2020).

Sokolova, E.G. and Solonina, Yu.N. (2003), "Art in the system of culture", *Introduction to cultural studies: A course of lectures*, St. Petersburg, Piter, 63-67. (In Russian).

Habermas, Yu. (2000), *Moral'noye soznaniye i kommunikativnoye deystviye* [Moral consciousness and communicative action], Saint Petersburg, 198-199, Russia.

Chistyakov, A.V. (2009), "Socialization of the individual in the society of Internet communications", *Higher education*, 64-78. (In Russian).

Shcherbakov, V.P. (2007), *Sotsiokul'turnyye mekhanizmy stanovleniya cheloveka* [Socio-Cultural mechanisms of human development], Saint Petersburg, University Press, 112-118. Russia.

Beck, A.T. and Mock, J. (1961), "An inventory for measuring depression". *Archives of General Psychiatry*. 4 (6), 561-571.

Greenfield, D.N. (1999), *Virtual Addiction: Help fo Netheads, Cyberfreaks, and Those Who Love Them*. Oakland: New Harbinger Publ, USA.

Gackenbach, G. (2007), Psychology and the Internet: Intrapersonal, Interpersonal, and Transpersonal Implications. *Cambridge*, San Diego et al.: Academic Press. 392.

Harris, R.A (2013), Cognitive psychology of mass communication. *Hoboken*: Taylor and Francis. 561.

Jaspers, K. (1960), *Psychologie der Weltanschauungen* Berlin; Gottingen; Heidelberg; *Springer Verlag*, 5. August, 231-232, Germany.

Morris, Ch. and Ogan, S. (1996), The Internet as mass medium. *Journal of Communication*, 1, 42.

Rheingold, H. (1994), *The Virtual Community*. New York, Perennial, USA.

Tart, C.T. (1986), *Waking up: Overcoming the obstacles to human potential*. Boston, Shambhala Publications, USA.

Young, K.S. (1998), Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyber Psychology and Behavior*. 3, 237-244.

**Информация о конфликте интересов:** авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** the authors have no conflict of interest to declare.

#### Данные автора:

**Руденко Екатерина Сергеевна**, педагог-психолог, МБОУ «Школа-лицей № 17» (дошкольное подразделение), аспирант кафедры психологии, Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова. ORCID: 0000-0002-0148-2705.

#### About the author:

**Ekaterina S. Rudenko**, Educational Psychologist, MBOU "School-Lyceum №17" (preschool unit), Graduate Student of the Department of Psychology, Fevzi Yakubov Crimean Engineering and Pedagogical University. ORCID: 0000-0002-0148-2705.